

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan pertumbuhan ekonomi dan perkembangan teknologi, maka dunia usaha pun mengalami perkembangan yang pesat dengan munculnya berbagai perusahaan yang berusaha menciptakan produk dan jasa guna memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Maraknya penggunaan sosial media seperti: Instagram, *Facebook*, dan forum komunikasi sosial media yang lain mau tak mau memaksa perusahaan meningkatkan model berkomunikasi. Perangkat Sosial media ini adalah hal yang lumrah selalu bersentuhan dengan aktivitas kita terutama bagi para pengguna internet. Promosi merupakan salah satu unsur dari bauran pemasaran (*marketing mix*), disamping penetapan harga jual, produk, dan distribusi. Promosi sangat berpengaruh terhadap usaha perusahaan untuk mencapai volume penjualan yang maksimal, karena meskipun produk yang ditawarkan sudah baik, relatif murah serta mudah untuk diperoleh, jika tidak disertai promosi yang baik, maka tingkat penjualan tidak akan memadai.

Konsumen pada era sekarang sangatlah peka terhadap *issue* yang sedang terjadi dilingkungan sekitarnya dan didukung oleh kemajuan berbasis Internet yang cepat juga aktual. Maka muncul suatu persaingan di dalam dunia bisnis bebas dengan syarat suatu perusahaan agar dapat bersaing dengan sukses adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan juga mempertahankan pelanggan.

Demikian pula dengan lembaga pendidikan Sabri *Learning Process* yang berfokus pada pendidikan anak berkebutuhan khusus di wilayah Surabaya, Sidoarjo dan Banjarmasin. Lembaga pendidikan

seperti Sabri *Learning Process* di Surabaya cukup banyak yang telah terdaftar kurang lebih 13 lembaga pendidikan maka dengan persaingan usaha yang cukup besar fokus strategi Sabri *Learning Process* adalah dengan *door to door* ke sekolah – sekolah dengan memberikan pengarahan latar belakang anak berkebutuhan khusus juga beberapa seminar pendidikan yang diadakan oleh pemerintah kota Surabaya. Namun strategi tersebut terlihat tidak begitu menunjukkan kenaikan angka murid baru yang signifikan di dalam tahun ke-6 sejak didirikannya pada tahun 2013 hingga kini. Sabri *Learning Process* juga menggunakan *Marketing Mix* di dalam perencanaan pemasaran produknya. Namun terlihat masih kurangnya efektivitas didalam perencanaan strategi yang telah dibuat. Maka dari itu penulis melakukan penelitian ini dengan judul “Pengaruh Persepsi Harga, Promosi Media Sosial dan Pelayanan Terhadap Keputusan Orang Tua dalam Menggunakan Jasa Lembaga Pendidikan Anak Berkebutuhan Khusus di Sabri *Learning Process*”.

1.2. Rumusan Masalah

Menurut pendapat Sugiyono (2008:35) rumusan masalah merupakan suatu pertanyaan yang akan dicarikan jawabannya melalui pengumpulan data. Namun demikian terdapat kaitan erat antara masalah dan rumusan masalah pada setiap penelitian harus didasarkan pada masalah.

Seperti penguraian pada latar belakang masalah diatas maka perlu adanya dilakukan penelitian secara analisa data yang jelas untuk memberikan jawaban yang tepat atas temuan permasalahan diatas. Pengaruh setiap keputusan yang diambil oleh perusahaan dapat mempengaruhi keputusan orang tua dalam menggunakan jasa pendidikan tersebut, dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah Persepsi Harga berpengaruh terhadap keputusan orang tua dalam menggunakan jasa lembaga pendidikan anak berkebutuhan khusus di Sabri *Learning Process*?
2. Apakah Promosi Media Sosial berpengaruh terhadap keputusan orang tua dalam menggunakan jasa lembaga pendidikan anak berkebutuhan khusus di Sabri *Learning Process*?
3. Apakah Pelayanan berpengaruh terhadap keputusan orang tua dalam menggunakan jasa lembaga pendidikan anak berkebutuhan khusus di Sabri *Learning Process*?
4. Apakah Persepsi Harga, Promosi Media Sosial dan Pelayanan berpengaruh secara Simultan terhadap keputusan orang tua dalam menggunakan jasa lembaga pendidikan anak berkebutuhan khusus di Sabri *Learning Process*?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun beberapa tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Persepsi Harga mempengaruhi keputusan orang tua dalam menggunakan jasa lembaga pendidikan anak berkebutuhan khusus di Sabri *Learning Process*.
2. Untuk mengetahui Promosi Media Sosial mempengaruhi keputusan orang tua dalam menggunakan jasa lembaga pendidikan anak berkebutuhan khusus di Sabri *Learning Process*.
3. Untuk mengetahui Pelayanan mempengaruhi keputusan orang tua dalam menggunakan jasa lembaga pendidikan anak berkebutuhan khusus di Sabri *Learning Process*.
4. Untuk mengetahui Persepsi Harga, Promosi Media Sosial dan Pelayanan mempengaruhi keputusan orang tua secara Simultan

dalam menggunakan jasa lembaga pendidikan anak berkebutuhan khusus di Sabri *Learning Process*.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat yang akan diperoleh dari penelitian ini yaitu:

1. Dari Aspek Akademis

Dapat menambahkan salah satu referensi dalam pembuatan karya tulis dibidang ekonomi di perpustakaan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika.

2. Dari Aspek pengembangan ilmu pengetahuan

Dapat memberikan sumbangsih Ilmu pengetahuan dalam dunia pendidikan terkait penelitian ini.

3. Dari Aspek Praktis

Dapat memberikan saran bagi kemajuan Perusahaan agar lebih maju.